

ABSTRAK

Lewi Liwa Lawe. D0312048. 2012. **KONSUMSI *FASHION* DAN IDENTITAS DIRI** (Studi Fenomenologi terhadap Konsumsi *Streetwear Fashion* pada Remaja Laki-Laki di Kota Surakarta). Skripsi. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Kota Surakarta.

Remaja laki-laki memiliki ketertarikan terhadap *fashion* khususnya *Streetwear Fashion* dengan adanya beberapa *event fashion* seperti *Social Club*, *Breaktown Market* dan menjamurnya berbagai produk *Streetwear Fashion* melalui distribusi ke toko pakaian. Selain itu, media juga yang digunakan untuk mempromosikan *Streetwear Fashion*. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan fenomena konsumsi *Streetwear Fashion* dan identitas diri remaja laki-laki yang mengonsumsi *Streetwear Fashion*. Teori yang digunakan adalah teori konsumsi oleh Jean P. Baudrillard. Dalam teori konsumsi nilai guna sebuah objek telah berganti menjadi nilai tanda. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk menguji kebenaran data menggunakan teknik triangulasi metodologis. Analisis data yang digunakan adalah interaktif dengan menggunakan analisis penelitian fenomenologi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh remaja laki-laki adalah konsumsi simbol dan adanya aktivitas simulakra, sehingga dapat menimbulkan hiperrealitas dalam bentuk identitas diri pada remaja laki – laki *Streetwear*. Produksi produk *Streetwear Fashion* dilakukan dengan mereproduksi tanda-tanda. Distribusi dilakukan oleh produsen produk *Streetwear Fashion* dengan menggunakan berbagai media kepada remaja laki-laki. Media yang digunakan adalah *website*, majalah, dan media sosial. Remaja laki-laki menggunakan media sosial untuk menampilkan *Streetwear Fashion* dengan berbagai tujuan dan alasan. Hasil dari proses simulakra adalah adanya hiperrealitas. Hiperrealitas yang terjadi ada dalam bentuk identitas diri. Identitas diri yang didapatkan adalah identitas hiperrealitas karena berasal dari produksi

berbagai permainan tanda. Penelitian ini menemukan dua kategori identitas diri remaja laki-laki *Streetwear* yaitu kategori remaja laki-laki *Streetwear* sub kultur jalanan dan kategori remaja laki-laki *Streetwear Fashion*. Selain itu, identitas lain yang ingin ditunjukkan oleh remaja laki-laki *Streetwear* yaitu identitas kebebasan.

Kata kunci: *fashion, streetwear, identitas diri, hiperrealitas.*

ABSTRACT

Lewi Liwa Lawe. D0312048. 2012. **FASHION CONSUMPTION AND SELF-IDENTITY** (A Phenomenology Study on Teenage Boys' Consumption of Streetwear Fashion in Surakarta). An Undergraduate Thesis. Sociology Department. Faculty of Social and Political Sciences. Sebelas Maret University Surakarta.

Teenagers have interest to fashion, particularly Streetwear Fashion by the presence of some enthused fashion events, such as Social Club, Breaktown Market, and various Streetwear Fashion products through distribution process to clothing store. In addition, a large number of media which is used to promote Streetwear Fashion. This study aims at describing a phenomenon to consume Streetwear Fashion and self-identity on teenage boys. The Theory of Consumption by Jean P. Baudrillard said that the usage value of an object has changed to symbolic value. This qualitative study used approach of phenomenology. Data were obtained through indepth interview, observation, and documentation. Samples were taken by using purposive sampling technique. Data validity was examined by using methodological triangulation technique. Data analysis used is an interactive by using research analysis of phenomenology.

Results of the study show that the consumption committed by teenagers is the consumption of symbol and there is a simulacra activity, which causes hyperreality in the form of self-identity in Streetwear teenage boys. Production of Streetwear Fashion products is made by reproducing the signs. Distribution is done by the Streetwear Fashion product manufacturer using various media to teenage boys. Media used are website, magazine, and social media. Teenage boys use social media to display Streetwear Fashion with many purposes and reasons. The result of the simulacra process is hyperreality. The hyperreality occurred is in the form of self-identity. Self-identity obtained is hyperreality identity because it comes from the production of many sign games. This study found two categories of teenagers' self-identity which are subculture-street Streetwear teenagers and

Streetwear Fashion teenagers. Another identity to be demonstrated by Streetwear teenage boys is the identity of freedom.

Keywords: *fashion, streetwear, self-identity, hyperreality.*